



Universidade de Brasília

Faculdade de Comunicação

Departamento de Comunicação Organizacional

**As histórias em quadrinhos como instrumento da
comunicação organizacional**

Karla Cordeiro Rosa da Silva

Brasília – DF

Dezembro/2014



Universidade de Brasília

Faculdade de Comunicação

Departamento de Comunicação Organizacional

**As histórias em quadrinhos como instrumento da
comunicação organizacional**

Karla Cordeiro Rosa da Silva

Monografia apresentada ao curso de Comunicação Social da Universidade de Brasília como requisito parcial para a obtenção do grau de bacharela em Comunicação Organizacional sob a orientação do professor Luciano Mendes de Souza.

**As histórias em quadrinhos como instrumento da
comunicação organizacional**

Karla Cordeiro Rosa da Silva

Prof. Orientador: Me. Luciano Mendes de Souza

Brasília, 04 de Dezembro de 2014.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Me. Luciano Mendes de Souza (Orientador)

Profa. Dra. Elen Cristina Gerales

Prof. Dr. Asdrúbal Borges Formiga Sobrinho

Profa. Dra. Ellis Regina Araújo da Silva (Suplente)

Esta monografia é dedicada à todos os
alunos do curso de Comunicação
Organizacional que buscam
novas possibilidades
como diferencial.

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer primeiramente à Deus, por ter me dado força para chegar até aqui. Agradeço ao meu marido Victor pela paciência e incentivo de ouvir inúmeras vezes as frases deste trabalho, por passar várias noites acordado comigo me ajudando a revisar. Obrigada, você foi essencial.

Agradeço a minha família por toda compreensão desses últimos meses, aos meus pais Selmo e Virgínia por sempre terem acreditado no meu potencial. Agradeço à minha irmã Sônia por ter me ajudado com os seus conselhos e por sempre dizer para mim que tudo iria dar certo.

Agradeço aos meus amigos por terem compreendido as minhas ausências. Em especial ao Jaire e a Joyce pelo apoio e palavras animadoras de que tudo estava ficando ótimo e de que eu conseguiria me formar esse semestre, realmente vocês foram essenciais nessa conquista.

Aos meus colegas de curso que conviveram comigo por esses últimos anos e ajudaram na formação da minha bagagem acadêmica. Agradeço aos amigos que nasceram na convivência das salas de aula e que se tornaram amigos para a vida, obrigada Gabriel, Natália e Mônica, vocês realmente souberam transformar os nossos trabalhos em diversão.

Agradeço aos funcionários da Faculdade de Comunicação por estarem disponíveis, em especial a Rosa por resolver meus desesperos com os prazos e por sempre estar disposta a ouvir e principalmente incentivar. Agradeço também a todos os professores que tornaram esse momento possível. Ao meu professor e orientador Luciano por ter acreditado que poderia dar certo mesmo sendo um tema tão desafiador.

Por fim, agradeço ao meu chefe Paulo pela compreensão do que é esse momento na minha vida e também aos meus colegas de serviço Thaís, Rafael e Geraldo por fazerem de tudo para que eu pudesse me dedicar mais a esse momento da minha vida.

“Com grandes poderes vêm grandes responsabilidades.”

Tio Ben, personagem de “O homem-aranha”

RESUMO

Esta pesquisa busca apontar novas possibilidades para a comunicação organizacional através da análise da história e da linguagem dos quadrinhos. O objetivo deste trabalho é pensar, em um primeiro momento, como os quadrinhos se reinventaram ao longo da história e utilizar essa versatilidade em aplicações organizacionais, para em um segundo momento se pensar nos elementos que formam a linguagem dos quadrinhos e como se poderia aplicar essa linguagem nos produtos comunicacionais das empresas, seja no ambiente interno ou externo. A metodologia consistiu em análise bibliográfica. O trabalho divide-se em cinco partes: na primeira se traz embasamentos sobre a indústria cultural e comunicação de massa, o marco inicial dos quadrinhos e uma parte histórica com as principais mudanças dos quadrinhos ao longo dos anos já fazendo um paralelo com algumas convergências da comunicação organizacional; na segunda são analisados os elementos que constituem a linguagem dos quadrinhos, na terceira parte se traz a construção da linguagem dos quadrinhos, na quarta a comunicação organizacional juntamente com seus instrumentos e linguagem é conceituada e traça-se um paralelo mais consistente entre os temas; na última parte é trazido um exemplo de como a linguagem dos quadrinhos foi utilizada no *whatsapp* e quais são as contribuições desse caso em vista de tudo o que foi estudado anteriormente.

Palavras-chave: Quadrinhos. Comunicação Organizacional. Instrumentos de Comunicação Organizacional.

ABSTRACT

This research seeks to identify new possibilities for organizational communication by analyzing the history and language of comics. The objective of this work is to think, at first, as the comics have reinvented throughout history and use that versatility in organizational applications, for in a second time thinking about the elements that make up the language of comics and how they could apply this language in communication products companies, either in the internal or external environment. The methodology consisted of literature review. The work is divided into five part: the first is brought emplacements on the culture industry and mass communication, the starting point of comics and a historic part with the main changes of comics over the years already making a parallel with some convergence of organizational communication; the second analyzes the elements of the language of comics, in the third part brings the construction of the language of comics, in the fourth organizational communication with their instruments and language is conceptualized and draw a more consistent parallel between the themes; in the latter part is brought an example of how the language of comics was was used in whatsapp and what are the contributions of this case in view of all that has been previously studied.

Keywords: Comics. Organizational Communication. Organizational Communication Instruments.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Yellow Kid.....	15
Figura 2: A imagem nas HQ	24
Figura 3: O papel do quadrinho na construção do <i>Timing</i>	25
Figura 4: O som na construção do <i>Timing</i>	25
Figura 5: Enquadramento.....	26
Figura 6: Composição.....	27
Figura 7: Tipos de Requadro.....	27
Figura 8: Tipos de balão.....	28
Figura 9: A sarjeta.....	31
Figura 10: Emoticons no whatsapp.....	35
Figura 11: O cartum.....	36
Figura12: O balão no <i>whatsapp</i>	37

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	10
1. UM MEIO DE COMUNICAÇÃO DE MASSA.....	13
1.1.DEFINIÇÃO.....	13
1.2. ORIGEM.....	15
2. DO YELLOW KID.....	16
3. CONSTRUÇÃO DA LINGUAGEM.....	23
3.1 ELEMENTOS DAS HQ.....;	23
4. OS INSTRUMENTOS DA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E SUAS LINGUAGENS.....	28
4.1 A COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL.....	29
5. LINGUAGEM, MEIO DIGITAL E ORGANIZAÇÕES.....	33
CONCLUSÃO.....	39
BIBLIOGRAFIA.....	42

INTRODUÇÃO

O interesse de relacionar histórias em quadrinhos com comunicação organizacional começou da busca de olhar a comunicação de um ponto diferente, pouco explorado. Apesar de não ter tanto contato com o universo dos quadrinhos, pareceu ser uma linguagem interessante e que aceita várias possibilidades, inclusive do ponto de vista organizacional. Além disso, era um desafio e uma forma de discussão acadêmica que permitiu a teorização e discussão de novas possibilidades.

Ao longo deste trabalho os quadrinhos e a comunicação organizacional foram pensados separadamente, colocando em pauta a essência dos dois temas e as suas particularidades. O conteúdo foi pensado nessa ordem para que em um segundo momento, após as duas partes terem sido discutidas, se pudesse fazer a relação entre ambas, pensando principalmente como a linguagem poderia ser inserida no contexto organizacional e nas semelhanças entre o uso das HQ e da comunicação exercidas nas instituições.

A metodologia do trabalho consistiu em uma análise bibliográfica, na qual alguns autores foram destacados para sustentar a parte teórica da discussão e lançar as bases para o pensamento prático, de aplicação dos conceitos em um modelo real. Para os quadrinhos, se utilizou o embasamento histórico, trazendo os principais momentos das HQ pelo mundo e elucidando suas formas de uso, inclusive dentro de algumas organizações, como o exército norte-americano. Já na comunicação organizacional foram trazidos conceitos pertinentes aos patamares que a comunicação quer alcançar e como os quadrinhos já os alcançaram e mais que isso, como podem ajudar as instituições nesse processo.

Ainda sobre a metodologia utilizou-se um caso prático do uso da linguagem dos quadrinhos, o *whatsapp*. Este foi o modelo escolhido para ser discutido dentro de duas vertentes: quadrinhos e organização. Nesse contexto pôde-se perceber uma interatividade funcional dos conceitos analisados anteriormente.

Para se criar uma lógica nas discussões do trabalho, foi necessário fazer a separação por temas. No primeiro tema, 'um meio de comunicação de massa', os quadrinhos foram analisados dentro da indústria cultural e como um meio de comunicação de massa.

Se trouxe a definição dos quadrinhos tentando mostrar que existe um processo na construção da HQ que deve ser considerada. Além disso, nesse ponto, se falou da importância do leitor e das diferenças entre os quadrinhos e outros meios visuais e ainda nesse momento se pontuou a origem dos quadrinhos tal como conhecemos hoje e como se deu a trajetória das HQ desde os primórdios da pintura rupestre. Foi mostrado com que intenção as histórias foram criadas e qual foi o seu primeiro modo de veiculação.

No segundo tema intitulado “Do *Yellow Kid*...”, começou de fato a discussão histórica, trazendo os principais acontecimentos nos quadrinhos de 1895 ao fim da década de 1980. Aqui foram debatidos como os fatos históricos influenciaram nas histórias das HQ e nas HQ, mostrando que os quadrinhos também podem ser considerados um fenômeno social que representa a época na qual está inserido, como outros meios de comunicação. Outro ponto exposto foi a particularidade dos quadrinhos não só de ser um espelho do que acontece na época, mas de poder transmitir ideologias através de seus personagens, como na Segunda Guerra Mundial.

Na terceira parte do trabalho o foco se tornou a construção da linguagem das HQ mostrando que a quantidade de elementos que o meio possui o torna complexo. Logo em seguida, no sexto tema, foi discutido cada elemento dos quadrinhos: enquadramento, *timing*, tipos de balão, requadro, composição e imagem, mostrando as dificuldades de se construir a mensagem.

Na quarta etapa a comunicação organizacional foi inserida juntamente com os seus instrumentos e linguagem, trazendo os conceitos básicos do tema na primeira parte e logo em seguida se traçaram as primeiras pontes entre os cerne do trabalho.

Foram discutidas duas formas de se pensar a relação de comunicação e HQ, uma foi de modo prático, da linguagem dos quadrinhos auxiliando a comunicação dentro da instituição, passando a ser uma nova possibilidade de comunicar e a outro de modo teórico, observando como os quadrinhos conseguiram passar por tantas épocas sem serem esquecidos e fazendo uso dessa observação como um aprendizado para uma comunicação eficaz.

A última parte consistiu em trazer o *whatsapp* como um exemplo de linguagem dos quadrinhos que surgiu de outros meios como o *Messenger* (msn) e que se repaginou conforme a necessidade, que hoje implica na utilização de celulares, como

a forma mais rápida de comunicação devido à sua portabilidade, mostrando que os quadrinhos ainda hoje podem se reinventar de acordo com o meio e com a época.

Percebeu-se ao longo da análise que a linguagem dos quadrinhos possui a versatilidade necessária para ser inserida em novos meios, inclusive dentro das organizações, essa característica faz com que essa linguagem seja uma fonte de novas possibilidades para todo tipo de comunicação realizada pela empresa.

1. UM MEIO DE COMUNICAÇÃO DE MASSA

A cultura de mídia é industrial, organiza-se com base no modelo de produção de massa e é produzida para a massa de acordo com tipos (gêneros), segundo normas e códigos convencionais. É, portanto, uma forma de cultura comercial, e seus produtos são mercadorias que tentam atrair o lucro privado produzido por empresas gigantescas que estão interessadas na acumulação de capital (KELLNER, p.9).

A cultura de mídia, como Kellner aponta, é para as massas e se utiliza de códigos convencionais, ou seja, se utiliza de uma linguagem facilmente compreendida pela sociedade que está inserida e usa isso para atrair mais pessoas que se interessem pelo produto e consequentemente os lucros sejam os maiores possíveis.

Este conceito trazido por Kellner se encaixa perfeitamente para no objeto de estudo deste trabalho, as histórias em quadrinhos. As HQ como se conhece hoje nasceram assim, para aumentar as vendas dos jornais e logo depois, quando já se bastavam por si só, foram colocadas em publicações próprias como e verá mais detalhadamente no breve histórico mais à frente.

Outro ponto que se tentará elucidar ao longo da discussão histórica que Kellner traz como sendo uma característica dos meios de comunicação de massa e da indústria cultural é o fato das HQ serem “eco de assuntos e preocupações atuais, sendo extremamente tópica e apresentando dados hieróglifos da vida social contemporânea.” (KELLNER, p. 9).

Nesse caso, a vida contemporânea seria representada pela atualidade de cada época, ou seja, uma história em quadrinhos da década de 1930 representaria aquela vida cotidiana dentro desse espaço de tempo, como uma de 1960 representaria o que se vivia em 60 e assim sucessivamente.

1.1 DEFINIÇÃO

Para haver uma análise clara do objeto é importante adotar um ponto de vista do que seriam as histórias em quadrinhos, para isso usaremos a definição de Scott McCloud na qual ele diz que os quadrinhos “são imagens pictóricas e outras justapostas em sequência deliberada destinadas a transmitir informações e /ou produzir uma resposta no espectador (MCCLOUD, p. 9).”

Com essa afirmação McCloud aponta uma das características mais importantes dos quadrinhos que é “transmitir informações e/ou produzir uma resposta

no espectador”, ou seja, ele está dizendo que há uma intenção de comunicar por trás das imagens, das palavras e todos os elementos que compõe os quadrinhos, que é uma arte intencional, com o intuito de produzir uma resposta do espectador, o que colocaria os quadrinhos como um meio de comunicação interativo, mas não uma interação da forma convencional entre emissor e o receptor e sim entre o meio e o receptor, isso porque o personagem toma a voz do emissor o que pode tornar o quadrinho uma interface da comunicação devido às várias formas, ‘vozes’ e cores que pode assumir.

McCloud ainda afirma que existe uma “sequência deliberada” para passar a informação, o que significa que os quadros não são colocados de forma aleatória e sim que existe uma ordem para a história acontecer. Para tentar esclarecer mais o conceito pode-se pensar no cinema, por exemplo, que é formado por pequenos quadros que quando são colocados em movimento contam uma história de forma sequencial, nem sempre na ordem cronológica, mas geralmente fazem sentido ao fim e chegam ao seu objetivo de mensagem.

No caso dos quadrinhos, o que gera movimento, a sequência, são os olhos do leitor, mas apesar dessa aparente liberdade de se poder começar a história por qualquer parte, ela só fará sentido na ordem em que foi colocada.

Will Eisner, aponta essa ordem a ser seguida como espécie de contrato com o leitor, pois apesar de se poder começar por qualquer parte ele aceita a sugestão de se começar pela ordem que foi estabelecida à priori pelo autor. (EISNER, p.40-41).

Todas essas características fazem das HQ uma linguagem pensada que em nenhum momento chega a ser simples, devido as inúmeras possibilidades que nascem dos vários tipos de balão, quadros, cor, traço, impressão.

Marshall McLuhan, quando estudou os meios de comunicação, disse a célebre frase de que ‘o meio é a mensagem’ (1969), ou seja, as particularidades de cada meio que dão os significados ao que quer ser passado, fazendo com que se uma mesma mensagem fosse veiculada em um jornal e em uma história em quadrinhos teriam significados completamente diferentes, apesar de ambos serem meios visuais. É essa particularidade dos quadrinhos que se discutirá mais profundamente buscando aspectos concretos dentro da sua história de tudo o que foi dito até aqui.

Outro ponto importante sobre o nascimento do *Yellow Kid*, é que além de ter entrado no mercado como uma estratégia de venda, foi intencionalmente criado para testar a impressão em cores.

O amarelo não foi decidido antes da impressão, mas a nova impressão em cor da época foi que determinou o amarelo. Já aqui no começo, os quadrinhos assumem a característica de produto, sendo utilizados como estratégia para aumentar as vendas do jornal.

Desde então os quadrinhos vêm se reinventando nos traços, nos temas, nos gêneros e distribuição, e é justamente essa capacidade de estar em todas as épocas desde de a sua criação que o faz um objeto tão interessante. Tentar-se-á mostrar através do histórico a seguir, as transformações de conteúdo ao longo da história conforme a visão de mundo se altera, isso para mostrar como os quadrinhos dialogam com a sua época fazendo dele um eficaz meio de comunicação.

2. DO YELLOW KID...

Dentro da perspectiva histórica usaremos como base para a cronologia da autora Luyten juntamente com a de Moya, porque os dois autores seguem uma sequência muito próxima para os principais eventos relacionados aos quadrinhos.

Após o *Yellow Kid*, Outcault lança *Buster Brown* que no Brasil foi lançado com o nome de Chiquinho. O personagem foi publicado em uma revista voltada para o público infantil chamada Tico Tico. Esta era uma revista que continha fábulas e textos sobre a história do Brasil, não eram as revistas em quadrinhos como se tem hoje.

Ainda hoje percebe-se esse poder de venda dos quadrinhos não da mesma forma como em 1895 no Jornal de *New York* ou em 1905 na revista Tico Tico quando as HQ eram um detalhe em meio ao conteúdo principal, que não agregavam valor, hoje, pelo contrário, as histórias em quadrinhos viraram marcas e proporcionam uma supervalorização do produto no qual é inserido, uma mochila que contenha a Turma da Mônica certamente terá um preço diferenciado do mesmo produto que não contenha, por exemplo.

Nessa primeira publicação dos quadrinhos na revista Tico Tico os quadrinhos já trazem a sombra norte americana e isso se tornará uma das discussões mais importantes no cenário brasileiro devido à força que os desenhistas nacionais iriam

ter que fazer para romper as barreiras das comparações, além da discussão sobre a questão dos quadrinhos brasileiros serem realmente brasileiros ou apenas cópias reproduzidas por quadrinistas nacionais.

Este ponto é importante porque nessas lutas surgem nomes como Ziraldo e Maurício de Souza reivindicando o seu lugar nas prateleiras com produções próprias. A inserção das HQ nacionais no mercado foi uma conquista que consagrou poucos nomes.

Na década de 1910 houve o ápice da imprensa norte americana e juntamente com ela o aumento da produção dos quadrinhos nos jornais. Nesse período as histórias passam de semanais para diárias e ainda surgiram as HQ seriadas com duração média de seis meses.

Nessa época também houve a profissionalização na distribuição dos quadrinhos devido à criação dos *syndicates* (agências de distribuição) que começaram a cuidar da circulação dos quadrinhos e garantir direitos autorais nos produtos de *merchadising*, por exemplo, além de conseguir baratear o preço das HQ devido à grande tiragem do produto. Os *syndicates* também chegaram ao Brasil no mesmo formato de agenciadores dos quadrinhos.

Nas décadas de 20 e 30 os quadrinhos apresentam um enviezamento político e econômico que reflete agora discursos dos dirigentes no caso da Argentina e mais adiante na China, por exemplo. Kellner, acredita que esse reflexo cultural é intrínseco aos meios de comunicação de massa:

“Para interrogar de modo crítico a cultura contemporânea da mídia é preciso realizar estudos do modo como a indústria cultural cria produtos específicos que reproduzem os discursos sociais enclavados nos conflitos e nas lutas fundamentais da época.” (KELLNER, p.12)

O mais interessante dessas percepções sobre a indústria cultural é que são conceitos mais recentes do que as publicações dos quadrinhos e mesmo assim se encaixam bem no que os quadrinhos trazem como conteúdo.

No Brasil, na década de 30 Getúlio Vargas não apostou na nacionalização dos quadrinhos como os vizinhos argentinos, mas nesse momento a produção já não era exclusivamente estrangeira, surgiu aqui A Gazetinha ou Gazeta Infantil que dividia suas páginas entre produções nacionais e estrangeiras.

Em 1929, a quebra da bolsa de Nova Iorque trouxe não só uma nova economia, mas também um novo modo de pensar e um gênero maciçamente utilizado nos quadrinhos da época como aponta a autora Sônia Lyuten:

A classe operária pagou os excessos da classe dirigente com milhões de desempregados. Como consequência, o próprio lazer das massas ficou afetado, chegando até a alterar hábitos e modificar o gosto das pessoas por determinadas coisas. É talvez, por isso que se explica como o gênero 'Aventura' chegou ao auge e um turbilhão de histórias surgiu nessa época, explorando ao máximo esta nova mina de ouro. A aventura indica um desejo de evasão e a criação de novos mitos, de heróis positivos. Revela a necessidade de novos modelos nos quais se inspirar para a conduta humana (LYUTEN, p. 26).

O que se destaca nessa mudança de roteiro dos quadrinhos é que apesar de ser um fenômeno aparentemente local (norte-americano) os quadrinhos produzidos ali eram distribuídos para vários lugares do mundo, inclusive o Brasil, e ainda assim as histórias faziam sentido, refletindo um caráter universal de se fazer compreender por diversos públicos. (KELLNER, p.14).

Em meio à crise de 29 e a busca pela 'nova conduta humana' surge Tarzan adaptado para os quadrinhos (pois já existia em forma de romance desde 1912) com as suas aventuras na selva, Flash Gordon (aventura de ficção científica) e Príncipe Valente (aventura no passado medieval).

Aqui começam a ser percebidos com clareza os heróis, os vilões e as mocinhas. Essas delimitações foram importantes para época porque como a própria Lyuten afirma precisava-se de heróis positivos, com discursos de tempos melhores.

Nesse período de crise, os quadrinhos foram aliados para restaurar a confiança daquela sociedade. Pode-se analisar aqui que os quadrinhos foram importantes para gerir a crise após a quebra da bolsa, assim como mais adiante para ajudar na guerra e no pós guerra.

Um destaque importante nesse contexto é a relação que se pode fazer com a questão do gerenciamento de crise. Para João José Forni, o gerenciamento de crise passa pela escolha de um bom porta-voz, alguém que fale pela empresa. Forni acredita que "o porta-voz é um elemento chave no desenlace da crise."(FORNI, p.3).

Dentro dos quadrinhos percebe-se que o papel desse porta-voz foi preenchido pelos super-heróis, pois eles contêm dentro da visão da crise características importantes para exercer essa função, como a credibilidade, por exemplo.

Já em uma empresa, quando acontece alguma crise, o porta-voz é escolhido por ser uma pessoa com entendimento do assunto, que possa responder com clareza, mas para isso é preciso que a pessoa seja instruída sobre o que falar. Nesse ponto os quadrinhos exercem a vantagem de não precisar responder à crise de forma imediata, pois existe um tempo até a publicação. Dentro de uma instituição essa necessidade de resposta ao público é quase que imediata o que dá menos tempo de preparo ao porta-voz.

No começo da década de 1930, quando a crise ainda vigorava a HQ teve a sua consolidação. Agora eram impressas em material de boa qualidade e o volume da criação atingiu níveis como nunca antes. Aqui os desenhos animados da época também viraram quadrinhos, como exemplo temos *Mickey Mouse* consagrando a indústria *Disney*.

Entre o fim de 1930 e o começo de 1940, quando a Segunda Guerra Mundial se instaurava, começa a fase dos super-heróis nos Estados Unidos e estes nascem com a obrigação de salvar o mundo em histórias cheias de aventura e vilões. Nesse momento nascem heróis como o Capitão América, *Superman*, *Hulk*, *Thor*.

Luyten, pontua a importância dos quadrinhos e o seu caráter social nesse momento: “Quando os EUA entraram na guerra com soldados e armas, os quadrinhos já estavam lutando e falando pelos balões, divulgando suas mensagens de propaganda ideológica.” (LYUTEN, p. 33).

Aqui a função da HQ não estava unicamente associada às vendas, porque os quadrinhos já haviam ganhado o seu espaço, agora estavam sendo utilizados como estratégia de guerra e conseguindo difundir sua mensagem de forma eficaz devido ao poder do meio de camuflar o emissor deixando o leitor mais à vontade, afinal aparentemente não existe ninguém por trás do personagem, ou seja, o personagem tem vida própria ele é dono da ideia.

E então, quando surge o herói, vestido com a bandeira norte-americana, quem está falando não é mais o Estado e sim o Capitão América. O antinazista é o capitão Rogers e não os Estados Unidos da América.

Nessa fase, as HQ também são usadas como manual de guerra para facilitar a compreensão dos soldados de “como evitar que o carro derrape na neve, como dirigir

tanques, como fazer medicamentos de emergência.” (MOYA, P.70). Aqui, os quadrinhos se mostram como verdadeiros facilitadores de linguagem e como parte de um planejamento estratégico de crise, pois no momento da fabricação do remédio, por exemplo, havia sido calculado o risco de que poderia haver essa necessidade e que ela deveria ser sanada no menor tempo possível.

O mais interessante da fabricação desses folhetos com as instruções é que realmente possuíam as técnicas dos quadrinhos, tanto que o autor da arte era Will Eisner, um famoso quadrinista norte-americano.

Pouco menos de vinte anos após consolidação dos quadrinhos, já no fim da Segunda Guerra, a situação tinha mudado, havia falta de papel, as histórias foram bastante reduzidas e graficamente ficaram muito pobres. O conteúdo também sofreu mudanças, ficou menos otimista devido ao momento de mortes e destruição em boa parte do mundo. Nesse mesmo período, na China, o ditador Mao Tsé-tung utilizava os quadrinhos para disseminar a sua ideologia. O material quase não ficou conhecido no ocidente e se chamava ‘Quadrinhos de Mao’ e era distribuído nas escolas chinesas. (LYUTEN, p. 55)

A diferença do Capitão América para os Quadrinhos de Mao é que o ditador escolheu um modelo realista, no qual os personagens eram homens comuns e não tão caracterizados como o Capitão América, afinal era uma ditadura e a voz de Mao Tsé Tung tinha que ser clara, mas não deixa de ser surpreendente como em poucas décadas os quadrinhos alcançaram tantos lugares que possuíram tantas vozes diferentes.

Em 1950 surge na Argentina a HQ ‘pensante e intelectual’ (LYUTEN, p. 36), nessa fase opta-se por uma paisagem menos sofisticada e balões mais expressivos contendo reflexões de mundo sobre um pós guerra traumático. Um grande exemplo disso é a publicação de Walt Kelly com o título de *Peanuts* (turma do Charlie Brown em português). Nessa HQ o mundo é colocado sob o ponto de vista de crianças e de um cachorro com indagações bem particulares sobre o novo mundo, apesar de parecer um universo infantil há uma mudança drástica no que é externado, sendo uma HQ para um público não tão infantil assim, tanto que Moya caracteriza Walt Kelly como Freud dos quadrinhos. (MOYA, p.74)

Em uma drástica oposição ao momento dos quadrinhos argentinos, surge nos estados Unidos uma revista de quadrinhos humorística que aposta essencialmente em satirizar os heróis da época trazendo uma característica mais humana e menos fantasiosa, como Moya aponta:

Com tantos super-heróis trocando de roupas em cabines telefônicas, tinha que surgir uma revista como a *Mad* para mostrar que havia uma probabilidade do *Superman* e a *Wonder Woman* se encontrarem no mesmo lugar, em **streap-tease** de identidades secretas. (MOYA, P.76, grifo do autor)

Em 1960 se intensificaram os “estudos de comunicação de Massa, nos quais se passava a analisar o fenômeno dos quadrinhos como um dos melhores meios de informação e de formação dos conceitos” (MOYA, p. 37).

Nesse período houve uma mudança social muito forte em vários países em relação à como as mulheres eram vistas pela sociedade. Mais uma vez os quadrinhos refletiram uma mudança social, tanto que as mulheres foram inseridas nos quadrinhos sobre um novo ponto de vista, passaram de coadjuvantes para o papel principal.

Essa tendência da década de 60 muito se deu devido aos movimentos feministas que estouraram em vários países. O marco desse período foi a publicação do francês Jean-Claude Forest: *Barbarella*. Os quadrinhos antigos não sumiram das bancas, mas tiveram que se reinventar a pedido do novo momento social. *Tarzan* e *Flash Gordon*, por exemplo, entraram no ciclo da intensa atividade sexual. (LYUTEN, p.54)

O mundo mais uma vez se transforma e os quadrinhos acompanham o seu público, afinal não se pode perder de vista que os quadrinhos são um produto que precisa vender e para isso é preciso que haja o que a psicologia chama de identificação projetiva (GAUDÊNCIO apud MOYA, P.123). Esse conceito fala de se projetar para a história que está sendo contada para se viver ‘impulsos inconfessáveis’, ou seja, essa mudança social nos quadrinhos revela que havia um novo olhar sobre o papel da mulher na sociedade, assim como na guerra se falava de ideologia e na quebra da bolsa se falavam de heróis, aqui há um novo reposicionamento cultural.

Ainda na década de 60, os quadrinhos sofreram mudanças em relação à censura de palavras, era comum antes desse período ver sinais gráficos como

caveiras, lagartixas ou cobras substituindo palavrões não ditos ou censurados. Em meio a tantas mudanças sociais surge mais um movimento chamado de *underground*. Este começou na Califórnia e foi liderado pelo ilustrador Robert Crumb e consistia na luta pela liberdade de expressão o que conseqüentemente resultava na luta pela não censura.

O sucesso foi grande. Mas, de marginal que era, foi engolido pelo sistema. Surgiram revistas e personagens semelhantes ao de Crumb. Foram industrializados, formando-se até uma editoria *underground*. Seu criador, vendo tudo isso acontecer, abandona o mundo civilizado e vai criar cabras. O movimento underground nos quadrinhos, porém, rodou o mundo. (LYUTEN, p.53)

No Brasil, o *underground* chegou como *udi-grudi* e além de possuir as mesmas lutas do movimento norte-americano contra a censura, tinha também um cunho reivindicatório sobre as condições dos quadrinistas brasileiros que ainda não possuíam regulamentações governamentais e brigavam deslealmente com os quadrinhos estrangeiros. (LYUTEN, p.80)

Nessa mesma década Mao Tsé-tung recorre mais uma vez aos quadrinhos, mas agora em uma tentativa de reformular a cultura chinesa a seu favor. Os 'Quadrinhos de Mao' da década de 60 refletiram o momento de rompimento da China com a União Soviética. A informação era passada de forma a saber quem era o inimigo da China, tanto que quem era considerado traidor da pátria era representado e forma de caricaturada e os mocinhos de forma realista, nesse ponto, observamos que o domínio da técnica foi de fundamental importância para a linguagem que se desejava passar, porque se os dois lados da história fossem desenhados da mesma forma, possivelmente não haveria o mesmo entendimento.

Outro marco importante para a compreensão dos quadrinhos aconteceu mais adiante, por volta da década de 1990, quando Frank Miller desenha *The Dark Knight Returns* (Batman - O Cavaleiro das Trevas). Nessa narrativa, Miller inaugura uma HQ para um público adulto, contendo uma história mais densa e cheia de mistérios. Outro diferencial é que Batman possuía temores e envelhecia. Não havia mais atemporalidade, Miller aproximou a narrativa do real inaugurando as *Graphic Novels*, que posteriormente, seriam extremamente utilizadas como roteiro da produção cinematográfica.

Nessa nova mudança de público, os quadrinhos agregam mais uma característica comunicacional a seu favor. Agora, ele conseguia atingir mais um nicho de mercado sem perder a técnica e os elementos comuns às outras narrativas, isso faz dele um meio extremamente mutável e com um alcance mercadológico particular.

3. CONSTRUÇÃO DA LINGUAGEM

Para McCloud a “nossa cultura é cada vez mais orientada pelo símbolo” (P.58) o que na visão do autor, justificaria os quadrinhos como uma linguagem universal por conseguir dominar os símbolos já existentes e mais que isso, ser criador de novos símbolos.

“Símbolo é a manifestação de uma ideia ou a expressão de um significado convencional que estabelece semelhança com esse significado”, esse conceito remete à universalidade da linguagem, tendo em vista que um mesmo símbolo pode ser entendido em vários lugares do mundo, como as placas de trânsito, por exemplo que podem ser consideradas símbolos universais. (QUECONCEITO).

Dentro dessa perspectiva, a construção da linguagem se torna um processo complexo, para o autor Rafael Cardoso que entende complexidade como: “um sistema composto por muitos elementos, camadas, estruturas cujas inter-relações condicionam e redefinem continuamente o funcionamento do todo.” (CARDOSO, p.25).

Transpondo a afirmação de Cardoso para os quadrinhos os ‘muitos elementos’ pode se entender por enquadramento, *timing*, tipos de balão, requadro, composição e imagem. As camadas podem ser vistas como as páginas e a estrutura entendida como a mídia na qual se veicula. Todos esses pontos se relacionam e continuamente redefinem o funcionamento do todo aos olhos do leitor.

Em vista disso, pode-se dizer que construir uma linguagem universal faz parte de um processo complexo sobre o qual se faz necessário o conhecimento da técnica para haver uma comunicação eficaz.

3.1 OS ELEMENTOS DAS HQ

Como já se falou acima, existem elementos essenciais na produção da HQ que ajudam na construção da linguagem simbólica e são esses elementos que serão

expostos a partir de agora. O primeiro ponto a ser analisado serão as imagens e a forma como elas podem ser resignificadas se acompanhadas de texto.

Para Eisner, “a compreensão da imagem requer um compartilhamento de experiências.”(p. 7). Entende-se com isso que é necessário que o autor e o leitor tenham o entendimento convergente quanto a mensagem que a imagem carrega, o que remete mais uma vez à universalidade da linguagem, tanto é assim, que as imagens capazes de contar a história sem texto se esta for a intenção do artista.

Já em outros casos, a imagem pode mudar totalmente o seu significado quando acompanhada do texto como na imagem a seguir:

Figura 2: A imagem nas HQ



Fonte: EISNER, Will. **Quadrinhos e arte Sequencial**, p.9

Nesse caso, alguns elementos gráficos como as flechas na primeira figura e o trono aparente na segunda ajudam a contar a história, mas se o foco for a posição das três imagens, percebe-se que as imagens, apesar de semelhantes, transmitem emoções diferentes conforme a mudança do texto, fazendo do texto parte integrante da imagem.

Outra dimensão essencial dos quadrinhos para Eisner é o tempo de duração da vivência da história, chamada de *timing*. Na visão do autor, a construção da “passagem do tempo é decisiva para o sucesso da narrativa visual.” (p.28), tanto que é enquadrado por Eisner como uma habilidade e não como técnica.

Como o tempo não é um elemento fácil de demonstrar, é necessário que outros elementos auxiliem. Um dos elementos mais comuns na utilização da ideia do tempo é o quadrinho, que são “as linhas desenhadas em torno da representação de uma cena, que atuam como dispositivo de contenção da ação”(EISNER, p. 28). Essas linhas de contenção se chamam requadro e se utilizadas de forma mais alongada podem passar a ideia de uma ação mais demorada, que demandou mais tempo para

acontecer, já um quadrinho menor, sugere uma ação mais curta e que consequentemente demorou menos tempo para acontecer.

Figura 3: O papel do quadrinho na construção do *Timing*

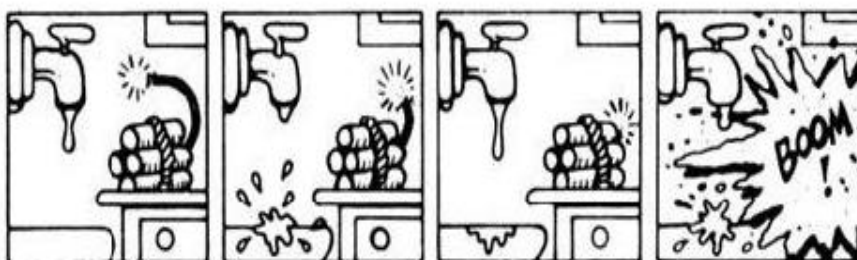


Fonte: EISNER, Will. **Quadrinhos e arte Sequencial**, p.27

Na imagem acima, os três requadros possuem tamanhos diferentes, o primeiro é o menor indicando uma ação rápida, o segundo é um pouco maior, o que indica uma ação mais demorada do que a do primeiro requadro, mas não tão mais rápida porque possuem pouca diferença quanto ao tamanho. Já o terceiro, por ser maior que os anteriores sugere uma ação que demorou mais para acontecer.

Outro elemento que ajuda no *timing* são os balões. Não todo tipo de balão, mas aquele que representa o som, como na imagem abaixo:

Figura 4: O som na construção do *timing*.



Fonte: EISNER, Will. **Quadrinhos e arte Sequencial**, p.30

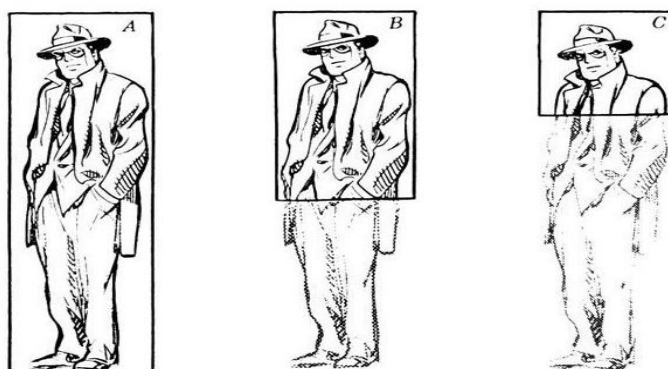
Aqui o som foi um dos elementos que auxiliaram na passagem do tempo, claro que o movimento da água na pia e o encurtamento do pavio levaram o leitor a entender todo o processo até a explosão e também ajudaram no *timing*, mas o processo da pia pingando e do pavio encurtando precisaram de uma sequência para haver o entendimento de tempo por parte do leitor, já a indicação da explosão do último quadrinho, não precisou de sucessão, isso porque de acordo com Eisner, os balões que indicam som já possuem a ideia de tempo para o leitor devido à proximidade que possuem com o evento real, nesse caso, de uma explosão.

Os balões que representem o som sempre são acompanhados de onomatopeias. Onomatopeias são “formações linguísticas que imitam um determinado som natural.” (KAYSER apud MOYA, p. 270). Essas palavras também fazem parte da linguagem dos quadrinhos já que são parte integrante desse tipo de balão.

Por fim, na construção do *timing*, outro fator de influência é a quantidade de quadrinhos. Se a ideia for demonstrar o tempo de forma comprimida, com ações mais curtas, conseqüentemente haverá mais quadrinhos por página mas se o artista optar por um tempo mais espaçado, os quadrinhos serão em menor quantidade por página e maiores para haver o preenchimento do espaço.

“Essencialmente, a criação do quadrinho começa com a seleção dos elementos necessários à narração, a escolha da perspectiva a partir da qual se permitirá que o leitor os veja e a definição da porção de cada símbolo ou elemento a ser incluído.” (EISNER, p.42) Ou seja, é preciso definir o que se quer mostrar e como mostrar. Um bom exemplo para ser analisado é a figura abaixo, porque mostra que existem muitas possibilidades e um único espaço para construir a cena e em cada escolha há uma intenção diferente que muda a visão do leitor sobre a história.

Figura 5: Enquadramento

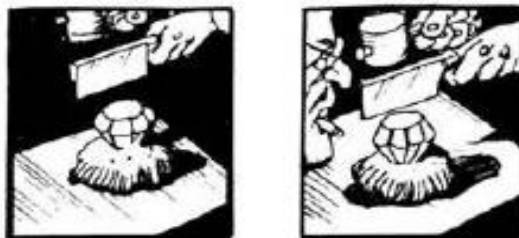


Fonte: EISNER, Will. **Quadrinhos e arte Sequencial**, p. 43

Esse tipo de escolha está ligada ao enquadramento e composição do quadrinho. O enquadramento seria como se quer mostrar a pessoa ou objeto, especificamente na figura acima, seria a escolha de pôr a figura inteira ou apenas o rosto. Já a composição pode ser melhor entendida na figura abaixo e seria a escolha

dos elementos a serem colocados no requadro que ajudam a contar a história da melhor forma e enriquecer os detalhes, de acordo com o objetivo do artista.

Figura 6: Composição

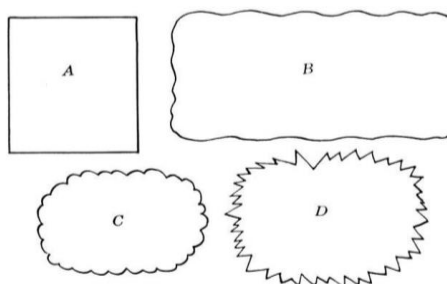


Fonte: EISNER, Will. **Quadrinhos e arte Sequencial**, p.90.

Outro ponto que influencia na visão do leitor sobre o quadrinho é o requadro, acima foi introduzida a definição do requadro como um auxiliador do *timing*, mas agora ele será descrito de uma forma mais ampla. O requadro é a moldura da cena, é a linha que delimita o espaço onde as ações vão ocorrer. Eisner, coloca o requadro como parte da linguagem “não verbal”(p. 29) e as intenções do artista podem mudar o traçado do requadro.

Quando o artista quer mostrar alguma memória, lembrança ou pensamento o traçado pode ficar mais ondulado e irregular como nas figuras B e C, e quando se quer dar a ideia de um espaço mais amplo, pode-se também abrir mão do traçado.

Figura 7: Tipos de Requadro

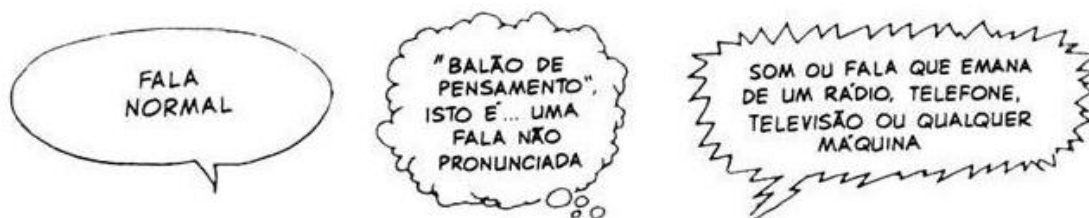


Fonte: EISNER, Will. **Quadrinhos e arte Sequencial**, p.44.

Por último, é importante analisar os tipos de balão. Como já foi dito anteriormente a HQ como se conhece hoje foi criada em 1895 e o uso do balão foi o fator determinante para o reconhecimento dessa nova linguagem. Os tipos de balões são utilizados para demonstrar os diferentes sentimentos e entonações de voz, já que o quadrinho é um meio visual e por isso não reproduz som essa foi a forma de se

demonstrar as diferenças entre uma fala normal ou um pensamento, por exemplo como ilustrado abaixo:

Figura 8: Tipos de Balão



Fonte: EISNER, Will. **Quadrinhos e arte Sequencial**, p.25.

4. OS INSTRUMENTOS DA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E SUAS LINGUAGENS

Para se entender melhor como a linguagem dos quadrinhos podem contribuir com a organização é preciso entender primeiramente qual é a linguagem das organizações atualmente e quais são os seus instrumentos.

Dentro das organizações é possível destacar algumas formas de comunicar que prevaleceram ao longo do tempo, umas direcionadas ao público interno, outras ao externo. Os murais, memorandos, ofícios, vídeos institucionais, jornais internos, panfletos, propagandas, *outdoors* podem ser destacados talvez como as formas mais comuns da instituição dialogar com seus públicos.

Dentro dessas ferramentas, porém, apesar de serem diversificadas, pode-se apresentar o mesmo padrão de linguagem que é tido como uma linguagem formal, menos descontraída e mais rígida. Percebe-se que esse perfil de linguagem muda um pouco mais quando se trata da comunicação externa da instituição que pode ser construída com propagandas, redes sociais.

Esses tipos de instrumentos voltados para comunicação externa, possuem por si só possuem a característica de serem mais fluidos quanto à linguagem, porém existem instituições que por tradição ou receio de mudança mesmo nesses meios insistem em uma linguagem formal.

Talvez esse perfil de continuar comunicando de maneira formal seja predominante nas organizações devido ao receio de se tentar uma mudança de linguagem e isso

afetar a credibilidade da instituição, fazendo com que os seus públicos percam o respeito por se usar uma linguagem menos formal.

Os quadrinhos podem ser utilizados nesse contexto com o intuito de trazer uma nova forma as comunicações institucionais. Nos casos em que a linguagem das HQ foram inseridas de forma prática dentro das organizações, como nos manuais que puderam facilitar a vida dos soldados durante a guerra, a linguagem pôde ser trabalhada de forma a servir aos interesses das instituições, talvez se hoje se pensasse na linguagem em novas possibilidades os quadrinhos poderiam ser melhor explorados e constituir alguns instrumentos da comunicação.

4.1 A COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

Para pensar a comunicação organizacional de forma mais profunda é preciso entender como a comunicação funciona no contexto da instituição e para isso o conceito de comunicação integrada é essencial. Para Margarida Kunsch,

“a ‘comunicação organizacional integrada’ precisa ser entendida de forma ampla e abrangente. Ela é uma disciplina que estuda de que forma se processa a comunicação nas organizações e aos agrupamentos de pessoas que a integram. Além disso, configura as diferentes modalidades comunicacionais que a permeiam, compreendendo, dessa forma, a comunicação institucional, mercadológica, a interna e a administrativa. (KUNSCH, 2003b, p 149)

Sendo assim, o campo de comunicação organizacional abrange todos os modos de comunicar da instituição, ou seja, se a empresa lançar uma campanha publicitária para o lançamento de um produto, ou tiver alguma forma de comunicação interna (jornal, intranet, mural) tudo será considerado comunicação organizacional.

Hérica Maimoni explica que o processo de comunicação integrada deve ocorrer da seguinte forma: “as atividades integradas de comunicação devem objetivar a coerência das interações da organização com seus interlocutores, em face de seus objetivos, representando uma somatória de ações conjugadas e complementares em prol de objetivos estratégicos” (MAIMONI, 2010).

Dentro da afirmação de Maimoni se vê a primeira convergência dos quadrinhos e da comunicação organizacional. A autora afirma que a comunicação deve ser estratégica e coerente com os objetivos da organização. Quando se falou da história dos quadrinhos, foi possível perceber que a linguagem das HQ eram de usadas de

forma estratégica na Segunda Guerra Mundial através dos manuais de Will Eisner e também dos super-heróis como o Capitão América e do seu discurso antinazista.

Nessa época da guerra, pode-se fazer a analogia do Estado norte-americano como a organização utilizando a comunicação estratégica para gerir a crise do país, pode-se acrescentar ainda que o tipo de comunicação feita através do Capitão América era a comunicação mercadológica, pois de certa forma tentava vender uma ideologia.

Outro aspecto de convergência entre os objetos analisados é a questão da complexidade. A autora Ana Thereza Soares afirma que as “Organizações são fenômenos sociais complexos e dinâmicos”, se a própria organização é complexa, os processos que as compõe também o são. (SOARES, 2009)

Ainda sobre a afirmação acima, pode-se inferir que os quadrinhos também sejam um fenômeno social e dinâmico, pois como foi mostrado, a trajetória dos quadrinhos seguiu fielmente as mudanças sociais de cada época, assim também como os jornais, a televisão e o cinema que são outros meios de comunicação de massa.

Mais um ponto relevante no contexto das organizações é a busca por interatividade com os seus públicos. A autora Ana Thereza Soares diz que “a organização, no contexto contemporâneo, se sobressai quando incorpora em sua política uma comunicação condizente com a percepção de que a sociedade e seus indivíduos são co-participantes e co-autores de sua própria trajetória.” (SOARES, 2009)

Aqui, se fará uma pausa na discussão organizacional para que se possa entender a interatividade nos quadrinhos. Dentro da linguagem dos quadrinhos, existe ainda um elemento que não foi mencionado anteriormente. Esse elemento, é o espaço entre um quadrinho e outro, chamado de sarjeta. (MCCLOUD, p.66)

Na construção da sequência dos quadrinhos existem várias possibilidades sobre qual momento congelar para se contar a história. Na figura abaixo, por exemplo, é ilustrada que antes e depois da cena principal acontecer houve uma sequência que não foi escolhida para ser representada, mas que aconteceu, ou seja, toda a corrida do *viking*, apesar de não sequenciada, estava presente e foi entendida pelo leitor.

Figura 9: A sarjeta



Fonte: EISNER, Will. **Quadrinhos e arte Sequencial**, p.109

A grande questão desse aspecto da linguagem é que é justamente nesse ponto entre um quadrinho e outro que ocorre a maior interação. Dentro a afirmação da Ana Thereza sobre a interatividade, pode-se entender que os ‘indivíduos’ são os leitores e que estes são ‘co-participantes e co-autores’ a partir desse preenchimento da história no espaço entre um quadrinho e outro.

“Alguns autores argumentam que essa operação perceptiva não é relevante; só é permitida porque as ações são altamente prováveis e portanto não implicam participação maior do espectador na construção da cena e nem numa concepção espacial nova da linguagem. Pensamos que a grande probabilidade do desfecho da ação não seja uma característica da linguagem das histórias em quadrinhos, mas sim de sua mercantilização, da mesma maneira que o **happy end** também não o é do cinema. A sequência de quadros não é **obrigatoriamente** provável.” (KLAWA & COHEN apud MOYA, p. 111-112, grifo do autor).

Para a construção do presente trabalho, se assumirá o ponto de vista dos autores acima citados de que a sequência não é necessariamente provável, e portanto, a participação do leitor na construção da história é relevante e faz parte do processo de interatividade.

Voltando ao contexto organizacional, Maimoni ainda aponta que o grande desafio da interatividade “é pensar em novas formas de interação que, de fato, estabeleçam um contato possível frente à natureza dinâmica, mutável e imprevisível dos processos de comunicação e das relações sociais” (MAIMONI, 2010)

Nesse ponto é possível pensar nas HQ de duas formas. A primeira, seria na analogia que foi feita acima trazendo um elemento que compõe os quadrinhos como importante aliado da interatividade. A segunda, seria propor os quadrinhos como uma possível linguagem para essa ‘nova forma de interação’, no sentido de repaginar

alguns elementos dos quadrinhos que já foram e ainda são utilizados, como no caso do manual de um produto, por exemplo.

Talvez, se as organizações tivessem o conhecimento e domínio da construção da linguagem dos quadrinhos, poderiam inovar mais e dar um novo conceito aos produtos da instituição. Para isso, os quadrinhos possuem uma característica que pode ser primordial no uso da linguagem, que é a versatilidade de comunicar a vários públicos, o que pode facilitar a inserção da linguagem até mesmo em instituições mais tradicionais.

Outro aspecto a favor da linguagem para o uso organizacional são as aplicações possíveis no meio impresso e digital. O meio impresso é o mais comum e já foi amplamente discutido ao longo do trabalho, por isso o foco agora será o meio digital.

Eisner, é um dos autores que aponta essa migração tecnológica como mais uma possibilidade dos quadrinhos.

Historicamente, os quadrinhos foram criados para fazer parte de uma página ou uma tira, em geral em uma revista ou um jornal. A grande aceitação da internet por parte das editoras e das empresas de mídia, no entanto, ameaçam o futuro da página impressa como principal veículo para a distribuição de quadrinhos. Hoje, com certeza já existem alternativas à reprodução em papel. Portanto, é preciso tecer algumas considerações sobre os efeitos da tecnologia digital sobre os quadrinhos. (EISNER, p. 170)

Dentro dessa perspectiva do autor é interessante perceber que todos os elementos dos quadrinhos que já foram discutidos anteriormente também foram reproduzidos no meio digital, com a ressalva de que a *web* tornou possível a criação de novos *layouts* e modos de leitura. (EISNER, p. 171)

A reprodução das HQ no meio digital foi relevante por seguir uma tendência das organizações em migrar seus meios de comunicação para o ambiente virtual, tendo em vista que se tornaram mais acessíveis uma vez que a internet pode ser considerada um ambiente interativo devido a possibilidade de *feedback* que alguns sítios possuem.

Por exemplo, uma rede social como o *Facebook* possui a oportunidade de resposta por parte do usuário de serviço de uma determinada empresa que utiliza essa rede social para comunicação externa em busca de manter o relacionamento com o cliente. Já um site disponibiliza a ferramenta de portal de sugestões ou

comentários que pode ser utilizado pelos clientes, o que também se caracteriza como *feedback* e consequentemente, interatividade.

Essas reflexões são importantes quando se retoma o conceito de que a interatividade era uma preocupação das organizações contemporâneas. O intuito dessas afirmações é mostrar que mais uma vez os quadrinhos se adaptaram sem perder as principais características e além disso, as HQ se mostram disponíveis como linguagem para as organizações inclusive no meio digital, como se verá a seguir.

5 LINGUAGEM, MEIO DIGITAL E ORGANIZAÇÕES

Para ilustrar as questões que serão levantadas nesse tópico foi escolhido um aplicativo da atualidade chamado *whatsapp*. Esse aplicativo foi selecionado pois reúne os dois núcleos desenvolvidos nesse trabalho: quadrinhos e organizações. Mas antes de entrar nas características do aplicativo é necessário que antes se faça um breve histórico de como surgiu, à qual empresa está vinculado e onde pretende chegar.

O *whatsapp* foi criado em 2009 por Brian Acton e Jan Koum e consiste em uma rede na qual as pessoas que estão inseridas dispõem de mensagens de texto, áudio e vídeo instantâneas. Desde a criação, o *whatsapp* contabilizou cerca de 450 milhões de pessoas que possuem o aplicativo no smartphone. (GOMES, G1)

Antes do *whatsapp*, outros meios de mensagens instantâneas já haviam surgido, tais como o MSN (rede de serviços da Microsoft, em português) em 1999, mas apesar do mesmo formato de mensagens havia uma diferença na forma de acesso, que se dava somente pelos computadores. Hoje já existe o MSN em forma de aplicativo e também é possível que se use pelo celular. (COSTA, techtudo).

O grande diferencial do *whatsapp* nesse contexto foi ter sido lançado essencialmente para celulares, não existindo a versão para computadores de mesa, até porque para se baixar o aplicativo é necessário cadastrar um número de celular utilizado no mesmo aparelho onde se faz o *download*, permitindo que apenas celulares e alguns *tablets* possam ser utilizados para adquirir o aplicativo.

Essa exigência de cadastro do número fez com que a mobilidade fosse intensificada em relação às formas de mensagens instantâneas anteriores, isso

porque os aparelhos com disponibilidade para o aplicativo são portáteis, podendo ser levados para os lugares que o usuário desejar. Com esse diferencial, o produto se tornou competitivo no mercado, tanto foi assim que em Fevereiro de 2014 a empresa *Facebook* comprou o *whatsapp*, mesmo tendo o seu aplicativo próprio.

O *Facebook* também possui um aplicativo de mensagens instantâneas que foi lançado em um primeiro momento para computadores e depois também disponibilizado em forma de aplicativo.

A compra do *whatsapp* indicou algo importante à luz de todas as discussões anteriores neste trabalho em relação a capacidade da linguagem das HQ de se inserir em novos meios, nesse caso os smartphones.

Indicou a competitividade do mercado em relação ao meio digital tendo em vista que a explicação do dono do *Facebook*, Mark Zuckerberg para ter realizado a compra foi de que a “capacidade do aplicativo de mobilizar as pessoas e fazer com que ele continue sendo usado” era interessante para a empresa (GOMES, G1).

Will Eisner, já apontava essa tendência dos quadrinhos chegarem aos meios digitais, “à medida que a tecnologia digital ultrapassar os limites dos computadores de mesa e laptops, e chegar aos telefones celulares, *palm-tops* e afins, o mesmo ocorrerá com as opções criativas de produção e publicação digital” (Eisner, p. 167)

Em relação a citação acima é importante ressaltar que o autor se refere ao quadrinho no formato tradicional, mas não deixa de ser um apontamento interessante da versatilidade da linguagem que poderia chegar a outros meios digitais.

A autora Margarida Kunsh traz a importância do meio digital para as organizações como sendo um canal de novas possibilidades “as organizações têm de se valer de serviços integrados nessa área, pautando-se por políticas que privilegiem o estabelecimento de canais de comunicação com os diversos públicos vinculados” (KUNSH, 2003, p. 90).

Juntando a afirmação dos dois autores, Will Eisner e Margarida Kunsh, pode-se pensar que o *whatsapp* conseguiu juntar os dois mundos, inserindo a linguagem dos quadrinhos em mais um meio digital e sendo esse canal de comunicação com diversos públicos.

Para se entender melhor a contribuição dos quadrinhos dentro do aplicativo, irão ser analisados todos os elementos das HQ que também fazem parte do *whatsapp*, tentando ressaltar tudo o que já foi discutido ao longo dos tópicos anteriores.

O primeiro aspecto a ser analisado é o uso do *emoticon*. *Emoticons* são ícones que podem substituir a fala ou afirmar o que foi dito e são compostos por diversos temas como pode ser analisado na figura abaixo:

Figura 10: Emoticons no whatsapp



Fonte: disponível em <<http://4.bp.blogspot.com/>>

Os ícones são uma forma de criar personagens e histórias dentro da conversa, mas não de forma tão distante como acontece no formato original dos quadrinhos, porque aqui as pessoas que fazem a história acontecer são geralmente próximas, o que faz com que não haja um afastamento significativo do leitor a ponto de achar que as falas são vinculadas ao personagem.

Já no formato original o afastamento é bem mais significativo levando em consideração que o artista não é próximo do leitor, além de todos os aspectos técnicos que podem ser melhor trabalhados dentro das páginas dos quadrinhos como o cenário, por exemplo.

Esse recurso de fazer com que o leitor perceba as mensagens não como vindo do emissor mas do meio de comunicação, ou seja, fazer com que o leitor associe o que está sendo dito com o personagem e não com a pessoa por trás do personagem acompanha os quadrinhos desde a sua criação e foi massivamente utilizado durante Segunda Guerra Mundial nos discursos do Capitão América como foi visto anteriormente.

No aplicativo essa característica pode ser minimamente percebida, já que não ocorre o distanciamento necessário do leitor, como visto acima, mas nem por isso os ícones quando utilizados como personagem perdem a função de camuflagem do emissor ainda que por um curto período.

Outro ponto interessante sobre esse recurso dos *emoticons* é que alguns deles podem ser considerados cartuns. De acordo com Scott McCloud os cartuns são a forma mais simplificada de uma imagem e é nesse maior grau de abstração que ocorre a identificação do leitor com a imagem, fazendo do cartum um elemento-chave e como consequência faz com que sejam utilizados como linguagem ao invés de ícones mais realista e detalhados. (MCCLOUD, p 41)

Figura 11: O Cartum



Fonte: McCLOUD, Scott. **Desvendando os quadrinhos**. p. 41

Ainda sobre os ícones, pode ser ressaltado que no whatsapp são utilizados símbolos universais. Anteriormente foi visto que nos quadrinhos a utilização desses símbolos é importante para compreensão da história, pois assim como o cartum, também trazem uma identificação entre o leitor e a história.

Outro aspecto da linguagem dos quadrinhos que compõe o *layout* do aplicativo são os balões. Como foi visto no histórico dos quadrinhos, o balão foi o que fez a HQ ser conhecida como uma nova linguagem composta por um conjunto de outras linguagens e não mais apenas como figura e texto.

O balão de Outcault é uma parte importante na construção de reconhecimento da linguagem no *whatsapp*, isso porque o balão é a moldura da conversa, o que o faz parte fixa da linguagem, diferente dos *emoticons* que são opcionais.

Apesar de existir apenas uma forma de balão representada, que é o que caracteriza a fala normal (representado na página 29) os sentimentos emoções podem ser construídos através de outras formas. Com isso percebe-se que a características

do balão nos quadrinhos, que era de auxiliar na transmissão dessas emoções foi repaginada para o aplicativo, mas não perdeu de todo a sua função inicial de ser o local de retenção do texto.

O balão algumas vezes também se torna o local de retenção de imagens, como se pode ver abaixo:

Figura 12: O balão no *whatsapp*



Fonte: disponível em < <http://i.utdstc.com/>>

Essa utilidade dos balões também pode ser percebida no formato original quando eram inseridos símbolos para representar palavras ou perigo, ícones como lagartixas e caveiras eram comuns para substituir essas palavras.

Outra característica dos quadrinhos que se aplica é interatividade. A interatividade é percebida no próprio mecanismo de utilização pois para que a conversa aconteça é preciso que haja duas pessoas, o que por si só já é interativo.

Mais um elemento que pode ser ressaltado é a sarjeta. Nesse caso, a sarjeta é o momento de expectativa entre um balão e outro e não entre um requadro e outro como acontece nas HQ tradicionais. O requadro é substituído pelo balão e a construção do diálogo dentro da cabeça do leitor se dá no momento entre o que já foi dito e aquilo que ainda se vai dizer.

Para exemplificar melhor, esse momento é indicado no canto superior esquerdo da tela quando o leitor percebe a expressão “escrevendo...” ou “digitando...”, é aqui onde é possível que o leitor tente completar o que será dito.

Já o *timing* não possui tantas formas visuais de expressão no aplicativo, como possui nos quadrinhos, mas pode ser percebido também nesse momento de espera da leitura das mensagens e no momento em que a leitura realmente ocorre. Esse

período é indicado por dois *ticks* ao lado da mensagem indicam o recebimento, e quando ficam azuis indicam a visualização da mensagem por parte do leitor.

Essa construção do *timing* sendo indicado nesse momento de expectativa é possível, pois o conceito do timing é justamente a indicação da passagem do tempo que na HQ é construída a cada requadro, mas nesse caso é construída a cada balão.

Todas essas características haviam sido analisadas anteriormente nas HQ no formato tradicional, mas também puderam ser percebidas no *whatsapp*, mostrando que essa aproximação é viável.

Neste caso, a linguagem foi analisada especificamente no *whatsapp* que é produto da empresa *Facebook*, mas espera-se que a linguagem dos quadrinhos também possa se estender para a comunicação de outras empresas, tanto na comunicação externa como interna, talvez em um site, jornal ou até mesmo como linguagem para um novo produto.

Utilizar essa linguagem dentro de uma organização é um desafio devido aos diversos públicos que existem. Mas em vista de que até mesmo o exército conseguiu se utilizar dessa linguagem para se comunicar de forma prática e acessível em plena Segunda Guerra Mundial, pode ser possível utilizar a linguagem em instituições mais atuais tanto para gerir a comunicação da empresa como para fazer com que a empresa se comunique com o mundo.

CONCLUSÃO

Este trabalho teve como objetivo analisar como a linguagem das histórias em quadrinhos podem contribuir com a comunicação organizacional nos níveis prático e teórico. Esse estudo se deu através de leituras bibliográficas de vários autores que trouxeram apontamentos relevantes em indústria cultural, comunicação organizacional e integrada, linguagem das histórias em quadrinhos, comunicação digital e história das histórias em quadrinhos. Juntamente com os autores foi trazida a análise um caso contemporâneo sobre o uso da linguagem como aliado da comunicação na organização e para organização.

A primeira parte do trabalho trouxe uma contextualização importante sobre os quadrinhos na indústria cultural, caracterizando-o como um meio de comunicação de massa, o que se tornou um importante ponto de vista para as outras discussões no decorrer no estudo. Em seguida, se trouxe a definição dos quadrinhos explicando que ele é um meio completamente pensado e cheio de possibilidades.

O tema seguinte teve como função trazer a origem dos quadrinhos como conhecemos hoje, mostrando que os balões foram os grandes responsáveis por definir a linguagem tal como a conhecemos em toda a sua complexidade, pois passaram a não ser mais vistas como se a imagem e o texto fossem elementos separados, mas sim integrantes de algo maior que quando unidos constroem uma linguagem própria, diferente de qualquer outro meio.

Em seguida, na segunda divisão, os fatos históricos foram analisados profundamente em busca de se achar elementos que pudessem justificar o uso da linguagem realmente como um diferencial para organização. Foi buscado nesse momento possibilidades para o meio organizacional, tentando criar relações entre os dois mundos.

Na sequência tentou-se desmistificar a impressão de que os quadrinhos são fáceis de construir. Muito dessa sensação de facilidade se deve ao fato de que o meio foi massivamente usado para o público infantil, mas ao longo dos elementos analisados, percebe-se que os quadrinhos podem ser vistos como um meio complexo devido aos vários elementos de sua composição e inúmeras formas de *layout* que a página pode assumir.

A quarta parte trouxe alguns instrumentos e da comunicação organizacional e sua linguagem para serem discutidos, mostrando como as HQ poderiam acrescentar novas formas a linguagem institucional. Em seguida, tentou-se trazer uma discussão mais profunda quanto aos conceitos específicos da comunicação organizacional e as suas semelhanças com as histórias em quadrinhos

O último tema do trabalho teve por foco trazer uma experiência real de como a linguagem dos quadrinhos se inseriu no meio contemporâneo, ressaltando todas as características da linguagem que foram anteriormente discutidas.

Em todo decorrer do estudo tentou-se mostrar as possibilidades entre universos aparentemente tão distantes, mostrando ângulos novos entre uma área recente, que é a comunicação organizacional e uma arte secular que são os quadrinhos.

Tendo como pano de fundo tudo o que foi discutido até aqui, este trabalho conclui que é possível pensar em novas linguagens para os instrumentos da comunicação organizacional utilizando as histórias em quadrinhos, não em uma lógica superficial sob a qual não seria possível analisar as particularidades de cada um, mas em um âmbito profundo no qual realmente se consiga entender como as duas funcionam para a partir desse ponto se pensar novas possibilidades.

Tudo o que foi discutido nesse trabalho abre possibilidades para estudos futuros, tendo em vista que ainda existem outras possibilidades para analisar os dois objetos. Além disso, pode-se tentar também um estudo empírico dentro de uma organização e se analisar os resultados.

Espera-se com essa conclusão, que as organizações possam aprender com a trajetória dos quadrinhos e que também façam uso dessa linguagem em todas as suas possibilidades, seja no meio impresso ou digital, seja para fazer comunicação interna ou externa ou para ser um diferencial no lançamento de um produto.

BIBLIOGRAFIA

CARDOSO, Rafael. **Design para um mundo complexo**. São Paulo. Editora: CosacNaify, 2012.

CIRNE, Moacy. **A linguagem dos quadrinhos**. Rio de Janeiro: Vozes, 1971.

COSTA, Juliane. **MSN Messenger: 12 anos de história**. Disponível em < <http://www.techtudo.com.br/artigos/noticia/2011/05/msn-messenger-12-anos-de-historia.html>>. Acesso em 10 de Nov. 2014

DORFMAN, Ariel; MATTELART Armand. **Para ler o Pato Donald**. São Paulo: Paz e Terra, 2010.

EISNER, Will. **Quadrinhos e arte sequencial**. São Paulo: Martins Fontes, 2012.

FORNI, João José. **Na crise é melhor prevenir do que remediar**. Disponível em: <http://jforni.jor.br/forni/files/Na%20crise,%20melhor%20prevenir%20do%20que%20remediar.pdf>>. Acesso em 12 Out, 2014.

GOMES, Helton Simões. **Criado em 2009, WhatsApp cresceu mais rápido que Facebook em 4 anos**. Disponível em < <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2014/02/criado-em-2009-whatsapp-cresceu-mais-rapido-que-facebook-em-4-anos.html>> Acesso em 10 de Nov. 2014

KUNSCH, Margarida Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus, 2003.

_____, org. **Comunicação Organizacional Vol. 1**. São Paulo: editora Saraiva, 2009.

_____,org. **Comunicação Organizacional Vol, 2**. São Paulo: editora Saraiva, 2009.

LUYTEN, Sônia. **O que é história em quadrinhos**. São Paulo: editora brasiliense, 1985

MAIMONI, Hérica Luiza. **Comunicação integrada**. Disponível em <<http://m.cemp.jor.br/mobile.php?opcao=3&id=13>> Acesso em 12 Out, 2014

_____. **O desafio da comunicação integrada.** Acesso em 12 Out, 2014

MCCLOUD, Scott. **Desvendando os quadrinhos.** São Paulo: MBooks, 2005.

MOYA, Álvaro. **Shazam!** São Paulo: Editora Perspectiva, 1977.

OLIVEIRA, Selma. **Mulher ao Quadrado.** Brasília: Editora UnB, 2007

RENAULT, David. Os desafios do ensino em comunicação organizacional. In: SOBRINHO, Asdrúbal Borges Formiga...[et al]. **Muito além dos meios: comunicação organizacional: desafios e interfaces.** Brasília, Editora Universidade de Brasília, 2014

SOARES, Ana Thereza Nogueira. **As organizações e o contexto contemporâneo.** Aberje, 2009. Disponível em <
[http://www.aberje.com.br/acervo_colunas_ver.asp?ID_COLUNA=59&ID_COLUNIST
 A=15](http://www.aberje.com.br/acervo_colunas_ver.asp?ID_COLUNA=59&ID_COLUNISTA=15)> Acesso em 12 Out, 2014.

Conceito de Símbolo. Disponível em < <http://queconceito.com.br/simbolo>> Acesso em 04 Dez, 2014.